


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета

факультета культуры и искусства
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель  /Н.С. Сафронов/
Зав. кафедрой дизайна (подпись)
искусства интерьера факультета
культуры и искусства
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Поведение потребителей
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	4

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2023 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Гончарова Н.В.	СОРИК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой
 (_____ / А.К. Магомедов / Подпись _____ ФИО «10»_05_2023_____ г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель освоения дисциплины: изучение теоретических и основ современных концепций, моделей поведения потребителей и процесса принятия ими решений.

Задачи освоения дисциплины:

- Получение систематизированного представления о современных исследованиях в области анализа поведения потребителей
- Изучение факторов, влияющих на поведение потребителей и выявление закономерностей и индивидуальных особенностей в потребительском поведении;
- Изучение основных направления и методов исследования поведения потребителей

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к базовой части дисциплин учебного плана. Изучается в 7-8 семестрах

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью Основы маркетинга Введение в медиаисследования и медиаизмерения Социология массовых коммуникаций Психология массовых коммуникаций Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Планирование ПР-кампаний Технологии имиджмейкинга Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях Социальные институты и процессы, учебная практика.


Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения параллельно или предшествовать дисциплинам: Технологии производства рекламного продукта Планирование рекламных кампаний Поведение потребителей Исследования визуальных коммуникаций в масс-медиа Основы интегрированных коммуникаций Культурные и креативные индустрии Консалтинг в рекламе и связях с общественностью производственной практике, ГИА.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>Знать: Сферы реализации потребительского поведения</p> <p>Уметь: решать социальные и профессиональные задачи в сфере маркетинга исходя из культурного разнообразия общества</p> <p>Владеть: навыками исследования факторов, влияющих на поведение потребителей и выявление</p>


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО			
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>Знать: основные понятия теории поведения потребителей, ключевые закономерности и модели потребительского поведения.</p> <p>Уметь: уметь использовать основные понятия и концепции социологии и психологии в изучении потребления</p> <p>Владеть: навыками исследования особенностей потребительского поведения представителей различных социальных групп</p>		
ПК6 Способен применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в профессиональной деятельности	<p>Знать: методы анализа социальных, экономических и психологических факторов работы с потребителем;</p> <p>Уметь: применять методы исследования потребительского поведения в соответствии с целью и задачами исследования</p> <p>Владеть навыками практического применения полученных знаний для анализа данных российского потребительского рынка.</p>		
ПК5 Способность владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	<p>Знать: модели и теоретические концепции потребления в социальных дисциплинах (экономика, социология, маркетинг, психология);</p> <p>Уметь: выделять основные факторы потребительского поведения</p> <p>Владеть: навыками анализа тенденций и факторов социально-экономических, культурных процессов на основе анализа потребителей.</p>		

4.ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 5

по видам учебной работы (в часах) 180 часов

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения Очно-заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		7	8	
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	32	16	16	
Аудиторные занятия:	32	16	16	
лекции	8	8		
семинарские и практические занятия	24	8	16	
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	112	56	56	
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания, эссе	Тест, практические задания, эссе,	
Курсовая работа	-	-	-	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	36	Зачет	Экзамен (36)	
Всего часов по дисциплине	180	72	108	

* **144+36 (контроль)= 180 часа**

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Теоретические основы исследования потребительского поведения							
Тема 1. Введение в изучение потребительского поведения	14	1	2			8	Опрос, выполнение практического задания
Тема 2. Основные экономической теории потребления	16	2	2			10	Опрос, эссе
Тема 3. Особенности изучения потребления в социологии и психологии: основные понятия и концепции.							
Тема 3.1. Человек в мире вещей.	15	1	2			8	Опрос
Тема 3.2. Концепция стиля жизни в теории потребления	12		2		2	10	Опрос, выполнение практического задания
Тема 3.3. Потребление в теориях социальной стратификации	12		2			10	Опрос, эссе
Тема 3.4. Теории новых типов обществ. Глобализация потребления	12					10	
Тема 3.5. Потребление в социологии постмодерна	12		2			10	Опрос, Эссе
Раздел 2. Анализ поведения потребителей в маркетинге							

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма		
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО						
Тема 4. Процесс принятия решения потребителем	14	1	2			8 Опрос, выполнение практического задания
Тема 5. Влияние социальных и демографических факторов на поведение потребителей	13	1	2			8 выполнение практического задания
Тема 6. Психологические характеристики потребителя и их влияние на покупательское поведение	13	1	2			10 выполнение практического задания
Тема 7. Методология и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей	15	1	2			8 выполнение практического задания
Раздел 3. Сферы реализации потребительского поведения						
Тема 8. Институты потребления	12		2		2	10 Опрос, выполнение практического задания эссе
Тема 9. Потребление в различных сферах.	12		2		2	10 выполнение практического задания тест
Итого	144*	8	24		6	112

* 144+36 (контроль)= 180 часов

4. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА


Раздел 1. Теоретические основы исследования потребительского поведения

Тема 1. Введение в изучение потребительского поведения

Понятие и содержание потребительского поведения. Развитие наук о поведении потребителей. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований. Потребление как предмет маркетингового анализа. Поведение потребителей как предмет психологических и социологических исследований. Потребительское поведение как деятельность. Характеристики процесса потребления.

Тема 2. Основы экономической теории потребления

Эволюция взглядов на потребление в основных экономических теориях. Основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения. Оптимум и бюджетные ограничения потребителя. Кривые Энгеля. Понятие функции потребления. Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора. Обзор моделей

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

функции потребления: теории абсолютного дохода, относительного дохода, перманентного дохода, жизненного цикла, рациональных ожиданий, портфельного выбора. Ограниченность модели потребления в экономической теории.

Новые экономические модели потребления. Теория вкусов Г. Беккера. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенштейн). Технологии потребления (К. Ланкастер). Потребление в условиях риска и страхование. Потребление общественных и бесплатных благ. Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнай).

Тема 3. Особенности изучения потребления в социологии и психологии: основные понятия и концепции.

Тема 3.1. Человек в мире вещей.

Система вещей (Ж. Бодрийяр). Знаковая стоимость и символический обмен. Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства.

Культурная биография вещей (И. Копытофф).

Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст). Три типа режима отношения к вещам и их характеристика.

Потребление как процесс манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы. Пространство и знаки (С. Лэш, С. Урри). Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра.

Основные концепции формирования ценности вещей. Трудовая теория стоимости К. Маркса. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.

Тема 3.2. Концепция стиля жизни в теории потребления

Потребление как важнейшая составляющая стиля жизни. Подходы к определению понятия «стиль жизни». Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал. Типологии стилей жизни.

Тема 3.3. Потребление в теориях социальной стратификации

Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур). Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен). «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).

Тема 3.4. Теории новых типов обществ. Глобализация потребления


Неомарксизм и Франкфуртская школа о массовом потреблении. Общество массового потребления (А. Турен). Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр). Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж. Гэлбрейт, Э. Тоффлер). Концепция общества потребления.

Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г. Ритцер). Основные характеристики макдональдизации. Недостатки и будущее макдональдизации. Развитие кредита. Принцип «работай-и-трать», «новый консьюмеризм» и движение «самоограничения» (Ж. Шор). Электронный маркетинг и продажа через сеть Интернет.

Тема 3.5. Потребление в социологии постмодерна

Понятие культуры постмодернизма (З. Бауман). Понятия постмодерна и постмодернизма. Новые концепции потребления, эстетизация повседневного потребления. (М. Физерстоун). Фрагментация тождественности в потреблении эпохи постмодерна. «Мозаичность» стилей жизни. Трансформации желаний и потребностей.

Раздел 2. Анализ поведения потребителей в маркетинге

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Тема 4. Процесс принятия решения потребителем

Традиционная модель принятия решения потребителем: Осознание потребности. Поиск информации. Предпокупочная оценка альтернатив. Покупка. Потребление. Послепокупочная оценка продукта. Повторная покупка. Освобождение. Лояльность потребителя. Основные модели принятия решения потребителем. Многофакторные маркетинговые модели потребительского поведения. Компенсационные и некомпенсационные модели решений. модели решений. Импульсивное потребление. Модели принятия решений в условиях цифровой экономики. Роли в процессе принятия решения. Теория подталкивания.

Тема 5. Влияние социальных и демографических факторов на поведение потребителей

Особенности потребительского поведения различных демографических групп. Социальная стратификация общества. Особенности потребительского поведения различных социальных групп.

Особенности влияния референтной группы на поведение потребителей (нормативное, ценностно-ориентированное, информационное). Референтные группы. Лидеры мнений, групповые нормы, конформизм. Семья как единица потребления. Факторы, влияющие на покупки семьи / домашнего хозяйства. Роли членов семьи в принятии решения о покупке. Потребительская социализация. Изучение влияния семьи на поведение потребителей. Дискуссия: Использование механизма влияния референтной группы в маркетинге и рекламе.

Тема 6. Психологические характеристики потребителя и их влияние на покупательское поведение

Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности. Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских мотивов. Типы потребностей и их удовлетворение. Понятие вовлеченности потребителей. Методы исследования мотивации, измерения личных ценностей. Теории личности, их применение

Тема 7. Методология и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей

Современные методы исследования потребителей. Возможности использования социологических, нейрофизиологических, психологических методов для понимания поведения потребителя. Количественные и качественные исследования поведения потребителей, методы их проведения (опросы, наблюдения, глубинные интервью, фокус – группы и т.д.). Поведенческие эксперименты в исследовании потребителя. Определение мотиваций, ценностей и потребностей потребителя. Определение особенностей модели принятия решения потребителем для планирования взаимодействия.. Применение результатов исследований поведения потребителей при разработке маркетинговых стратегий, рекламных кампаний.

Раздел 3. Сферы реализации потребительского поведения


Тема 8. Институты потребления.

Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, реклама, торговые марки (Д. Бурстин). Мода как институт потребления. Потребители как общность. Движение потребителей. Шоппинг как способ потребительского поведения. Новая организация торговли. Супермаркет и универмаг – сходство и различия. Принципы организации торговли Интернет-шоппинг

Потребительская культура История потребительской культуры (Д. Слейтер).

Тема 9. Потребление в различных сферах.

Особенности потребления в сфере питания, напитков. «Цивилизация аппетита» (С.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Меннел). Причины ограничения и отказа от потребления пищи. Потребление одежды. Одежда как язык (Ф. Дэвис). Одежда и социальный статус. Потребления искусства (Ж. Бодрийяр). Коммодизация современного театра (Кершоу). Высокое искусство как социальный капитал. История, предпосылки и этапы развития туризма (С. Лэш, Дж. Урри). Планы туристического восприятия (Д. МакКаннелл). Туристическое созерцание.

5. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. «Исходные понятия маркетинга»


Тема 1. Введение в изучение потребительского поведения (форма проведения – семинар)

Вопросы:

- Понятие и содержание потребительского поведения.
- В чем отличие исследовательских подходов в рамках маркетингового анализа, социологии, психологии и прочих научных дисциплин.
- Потребительское поведение как деятельность.
- Характеристики процесса потребления.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Понятие и содержание потребительского поведения.
- Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований.
- Потребление как предмет маркетингового анализа.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- Поведение потребителей как предмет психологических и социологических исследований.
- Потребительское поведение как деятельность.
- Характеристики процесса потребления.

Домашнее задание: Принципы классификации процесса потребления (по протяженности во времени, по числу пользователей, по стоимости потребляемого блага, по субъекту потребления) Дать характеристику основным типам рынка, потребления, заполнив таблицу. Задание сдается в письменном виде.

Тема 2. Основные экономической теории потребления (форма проведения – семинар, практическое занятие, дискуссия).

Вопросы:

- Эволюция взглядов на потребление в основных экономических теориях.
- Основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения.
- Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора.
- Модели функции потребления: теории абсолютного дохода, относительного дохода, перманентного дохода, жизненного цикла, рациональных ожиданий, портфельного выбора.
- Теория вкусов Г. Беккера.
- Модели влияния окружения на потребителя: эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенстайн).
- Технологии потребления (К. Ланкастер).
- Потребление в условиях риска и страхование.
- Потребление общественных и бесплатных благ.
- Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнай).

Дискуссия: Потребление в условиях риска.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения.
- Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора.
- Модели функции потребления.
- Теория вкусов Г. Беккера.
- Модели влияния окружения на потребителя: (Х. Лейбенстайн).
- Технологии потребления (К. Ланкастер).
- Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнай).


Домашнее задание: написание эссе: «Ограниченность модели потребления в экономической теории».

Тема 3. Особенности изучения потребления в социологии и психологии: основные понятия и концепции.

Тема 3.1. Человек в мире вещей (форма проведения – семинар)

Вопросы:

- Система вещей (Ж. Бодрийяр). Знаковая стоимость и символический обмен. Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра.
- Культурная биография вещей (И. Копытофф).

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст). Три типа режима отношения к вещам и их характеристика.
- Потребление как процесс манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы. Пространство и знаки (С. Лэш, С. Урри).
- Основные концепции формирования ценности вещей. Трудовая теория стоимости К. Маркса. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Система вещей (Ж. Бодрийяр). Знаковая стоимость и символический обмен. Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра.
- Культурная биография вещей (И. Копытофф).
- Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст). Три типа режима отношения к вещам и их характеристика.
- Потребление как процесс манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы. Пространство и знаки (С. Лэш, С. Урри).
- Основные концепции формирования ценности вещей. Трудовая теория стоимости К. Маркса. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.

Тема 3.2. Концепция стиля жизни в теории потребления (форма проведения семинар, презентации)

Вопросы:

- Потребление как важнейшая составляющая стиля жизни.
- Подходы к определению понятия «стиль жизни».
- Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал.

Доклады/презентации: Типологии стилей жизни.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Потребление как важнейшая составляющая стиля жизни.
- Подходы к определению понятия «стиль жизни».
- Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал.

Домашнее задание: подготовка доклада/презентации «Стиль жизни как фактор потребления» (по выбору)

Тема 3.3. Потребление в теориях социальной стратификации (форма проведения семинар, дискуссия)


Вопросы:

- Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур).
- Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен).
- «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).

Дискуссия: Социальная стратификация современного общества. Социальные классы, социальной роли, статусы.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур).
- Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен).

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).
Домашнее задание: подготовка эссе: «Уровень потребления и имущественные характеристики среднего класса».

Тема 3.4. Теории новых типов обществ. Глобализация потребления

Вопросы для самостоятельного изучения:

Неомарксизм и Франкфуртская школа о массовом потреблении.

- Общество массового потребления (А. Турен).
- Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр).
- Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж. Гэлбрейт, Э. Тоффлер).
- Концепция общества потребления.
- Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г.Ритцер).
- Основные характеристики макдональдизации. Недостатки и будущее макдональдизации. Развитие кредита.
- Принцип «работай-и-трать», «новый консьюмеризм» и движение «самоограничения» (Ж. Шор).
- Электронный маркетинг и продажа через сеть Интернет.

Домашнее задание: Письменная работа: «В каких характеристиках общества потребления сходятся различные исследователи»

Тема 3.5. Потребление в социологии постмодерна (форма проведения семинар, дискуссия)

Вопросы:

- Понятие культуры постмодернизма (З. Бауман).
- Понятия постмодерна и постмодернизма.
- Новые концепции потребления, эстетизация повседневного потребления. (М. Физерстоун).
- Фрагментация тождественности в потреблении эпохи постмодерна. «Мозаичность» стилей жизни.
- Трансформации желаний и потребностей.

Дискуссия: Современные тенденции общества потребления

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Понятие культуры постмодернизма (З. Бауман).
- Понятия постмодерна и постмодернизма.
- Новые концепции потребления, эстетизация повседневного потребления. (М. Физерстоун).
- Фрагментация тождественности в потреблении эпохи постмодерна. «Мозаичность» стилей жизни.


Домашнее задание: подготовка эссе: «Трансформации желаний и потребностей в контексте постмодерна».

Раздел 2. Анализ поведения потребителей в маркетинге

Тема 4. Процесс принятия решения потребителем (форма проведения – семинар, практическое занятие)

Вопросы:

- Традиционная модель принятия решения потребителем

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- Основные модели принятия решения потребителем.
- Многофакторные маркетинговые модели потребительского поведения.
- Компенсационные и некомпенсационные модели решений.
- Импульсивное потребление.
- Модели принятия решений в условиях цифровой экономики.
- Роли в процессе принятия решения.
- Теория подталкивания.

Задание: Проанализируйте лиц, которые участвуют в принятии решения о покупке разных категорий товаров (задаются преподавателем). Какой тип покупательского поведения характерен для каждого из предложенных товаров? Предложите вариант идеи рекламы продукции и на кого она должна быть направлена.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Традиционная модель принятия решения потребителем
- Основные модели принятия решения потребителем.
- Многофакторные маркетинговые модели потребительского поведения.
- Компенсационные и некомпенсационные модели решений.
- Импульсивное потребление.
- Модели принятия решений в условиях цифровой экономики.
- Роли в процессе принятия решения.
- Теория подталкивания.

Домашнее задание: Письменная работа: Описать процесс принятия решения о покупке для категории товаров (по выбору)

Тема 5. Влияние социальных и демографических факторов на поведение потребителей

Вопросы для самостоятельного изучения:


- Особенности потребительского поведения различных социально-демографических групп.
- Референтные группы. Лидеры мнений, групповые нормы, конформизм.
- Особенности влияния референтной группы на поведение потребителей (нормативное, ценностно-ориентированное, информационное).
- Семья как единица потребления. Факторы, влияющие на покупки семьи / домашнего хозяйства. Роли членов семьи в принятии решения о покупке.
- Потребительская социализация.

Домашнее задание: подготовка письменного доклада: «Различные аспекты гендерных/возрастных особенностей в потреблении» (выбору их тем, предложенных преподавателем).

Тема 6. Психологические характеристики потребителя и их влияние на покупательское поведение

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности.
- Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских мотивов.
- Типы потребностей и их удовлетворение.
- Понятие вовлеченности потребителей.
- Методы исследования мотивации, измерения личных ценностей.
- Теории личности, их применение в исследовании потребителей

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Домашнее задание: Сегментирование рынка (на конкретном примере)

Тема 7. Методология и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Современные методы исследования потребителей в социологии, психологии, маркетинге: общая характеристика.
- Количественные и качественные исследования поведения потребителей, методы их проведения.
- Поведенческие эксперименты в исследовании потребителя.
- Исследования мотиваций, ценностей и потребностей.
- Определение особенностей модели принятия решения потребителем для планирования взаимодействия.
- Применение результатов исследований поведения потребителей при разработке маркетинговых стратегий, рекламных кампаний.

Домашнее задание: подготовка письменной работы: «Мой потребительский стиль: по результатам автоэтнографии»

Раздел 3. Сферы реализации потребительского поведения

Тема 8. Институты потребления (форма проведения – семинар, конференция)

Вопросы:

- Сообщества потребителей.
- Потребители как общность Движение потребителей.
- Мода как институт потребления.
- Шопинг как способ потребительского поведения. Новая организация торговли. Супермаркет и универмаг – сходство и различия. Принципы организации торговли Интернет-шопинг
- Потребительская культура История потребительской культуры (Д. Слейтер).

Доклады: История развития потребительской культуры

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Сообщества потребителей.
- Потребители как общность Движение потребителей.
- Мода как институт потребления.
- Шопинг как способ потребительского поведения. Новая организация торговли. Супермаркет и универмаг – сходство и различия. Принципы организации торговли Интернет-шопинг
- Потребительская культура История потребительской культуры (Д. Слейтер).


Домашнее задание: написание эссе: «Каким образом культурное потребление может способствовать уничтожению социальных различий?».

Домашнее задание: подготовка докладов: История развития потребительской культуры

Тема 9. Потребление в различных сферах (форма проведения – семинар-конференция)

Вопросы:

- Особенности потребления в сфере питания, напитков. «Цивилизация аппетита» (С. Меннел). Причины ограничения и отказа от потребления пищи.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- Потребление одежды. Одежда как язык (Ф. Дэвис). Одежда и социальный статус.
- Потребления искусства (Ж. Бодрийяр). Коммодизация современного театра (Кершоу). Высокое искусство как социальный капитал.
- История, предпосылки и этапы развития туризма (С. Лэш, Дж. Урри). Планы туристического восприятия (Д. МакКаннелл). Туристическое созерцание.

Доклады/презентации: Исследование потребительского поведения (по выбору)

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Особенности потребления в сфере питания, напитков. «Цивилизация аппетита» (С. Меннел). Причины ограничения и отказа от потребления пищи.
- Потребление одежды. Одежда как язык (Ф. Дэвис). Одежда и социальный статус.
- Потребления искусства (Ж. Бодрийяр). Коммодизация современного театра (Кершоу). Высокое искусство как социальный капитал.
- История, предпосылки и этапы развития туризма (С. Лэш, Дж. Урри). Планы туристического восприятия (Д. МакКаннелл). Туристическое созерцание.

Домашнее задание: подготовка доклада: Исследование потребительского поведения (по выбору)

6. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Данный вид работы не предусмотрен по УП

7. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ


Данный вид работы не предусмотрен по УП

8. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

№	Формулировка вопроса
1.	Характеристики процесса потребления. Различие моделей поведения потребителя в экономике, социологии, психологии
2.	Основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения: оптимум Понятие функции потребления.
3.	Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора
4.	Обзор моделей функции потребления:
5.	Теория вкусов Г. Беккера.
6.	Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенстайн).
7.	Технологии потребления (К. Ланкастер).
8.	Потребление в условиях риска и страхование.
9.	Потребление общественных и бесплатных благ.
10.	Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнай).
11.	Психологические и философские подходы к анализу потребительского поведения (Т. Скитовски, А. Этциони, Э. Фромм, Б.Ф. Скиннер, Дж. Катона).
12.	Структуры повседневности и история материальной культуры эпохи капитализма (Ф. Бродель)
13.	«Потребительские революции» XVI–XIX в. (Г. Мак-Кракен).
14.	Цивилизационный процесс (Н. Элиас).

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

15.	Культурная биография вещей (И. Копытофф).
16.	Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст). Три типа режима отношения к вещам и их характеристика.
17.	Функциональные, нефункциональные, мета- и дисфункциональные вещи и их свойства. Сходство и различия.
18.	Различия современного и традиционного интерьера (Ж. Бодрийяр).
19.	Потребление знаков. Потребление как процесс манипулирования знаками.
20.	Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра. Симулякр.
21.	Трудовая теория стоимости К. Маркса.
22.	Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.
23.	Знаковая стоимость и символический обмен Ж. Бодрийяра. 3
24.	Подходы к определению понятия «стиль жизни»
25.	Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё – основные идеи и понятия.
26.	Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях. (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур).
27.	Типологии стилей жизни.
28.	Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен).
29.	«Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).
30.	Неомарксизм и Франкфуртская школа о массовом потреблении. Общество массового потребления (А. Турен).
31.	Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр).
32.	Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж. Гэлбрейт, Э. Гоффлер).
33.	Понятие общества потребления и его основные черты.
34.	«Макдональдизация общества» (Г. Ритцер). Преимущества и недостатки.
35.	Принцип «работай-и-трать», «новый консьюмеризм» и движение «самоограничения» (Ж. Шор).
36.	Электронный маркетинг и продажа через сеть Интернет (Г. Ритцер).
37.	Потребление в социологии постмодерна. Понятие культуры постмодернизма (З. Бауман)
38.	Новые концепции потребления в эпоху постмодерна, эстетизация повседневного потребления (М. Физерстоун).
39.	«Мозаичность» стилей жизни в эпоху постмодерна.
40.	История потребительской культуры (Д.Слейтер).
41.	Традиционная модель принятия решения потребителем:
42.	Основные модели принятия решения потребителем.
43.	Модели принятия решений в условиях цифровой экономики.
44.	Особенности потребительского поведения различных демографических групп.
45.	Социальная стратификация общества. Особенности потребительского поведения различных социальных групп.
46.	Особенности влияния референтной группы на поведение потребителей (нормативное, ценностно-ориентированное, информационное).
47.	Потребительская социализация. Изучение влияния семьи на поведение потребителей.
48.	Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности.
49.	Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

	МОТИВОВ.
50.	Современные методы исследования потребителей. Возможности использования социологических, нейрофизиологических, психологических методов для понимания поведения потребителя.
51.	Количественные и качественные исследования поведения потребителей, методы их проведения (опросы, наблюдения, глубинные интервью, фокус – группы и т.д.).
52.	Поведенческие эксперименты в исследовании потребителя.
53.	Определение мотиваций, ценностей и потребностей потребителя.
54.	Определение особенностей модели принятия решения потребителем для планирования взаимодействия..
55.	Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шоппинг, реклама, торговые марки (Д. Бурстин). Движения потребителей.
56.	Мода как институт потребления. Особенности моды по Г. Зиммелю Этапы распространения моды (Ф. Дэвис. Теория просачивания моды (Г. Зиммель).
57.	Новая и традиционная организация торговли. Супермаркет и универмаг – сходство и различия. Принципы организации торговли
58.	Особенности потребления в сфере питания и одежды, искусстве, туризме

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ


Общие положения

Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, материалами лекций, статистическими материалами, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка докладов, написание реферата;
- участие в работе семинаров;
- подготовка к контрольным работам, экзамену и пр.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Введение в изучение потребительского поведения	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	8	Устный опрос Проверка выполнения заданий,
Тема 2. Основные экономической теории потребления	Подготовка к семинарскому занятию, Написание эссе	10	Устный опрос эссе
Тема 3.1. Человек в мире вещей.	Подготовка к семинарскому занятию,	8	Устный опрос
Тема 3.2. Концепция стиля жизни в теории потребления	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий,	10	Устный опрос выполнение практического задания

Тема 3.3. Потребление в теориях социальной стратификации	Подготовка к семинарскому занятию, Написание эссе	10	Устный опрос эссе
Тема 3.4. Теории новых типов обществ. Глобализация потребления	Подготовка к семинарскому занятию	10	
Тема 3.5. Потребление в социологии постмодерна	Подготовка к семинарскому занятию, Написание эссе	10	Устный опрос Эссе
Тема 4. Процесс принятия решения потребителем	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий,	8	Устный опрос выполнение практического задания
Тема 5. Влияние социальных и демографических факторов на поведение потребителей	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	8	Устный опрос выполнение практического задания
Тема 6. Психологические характеристики потребителя и их влияние на покупательское поведение	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	10	Устный опрос выполнение практического задания
Тема 7. Методология и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	8	Устный опрос выполнение практического задания
Тема 8. Институты потребления	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	10	Устный опрос выполнение практического задания
Тема 9. Потребление в различных сферах.	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий Подготовка к тесту	10	Устный опрос выполнение практического задания тест

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Наумов, В. Н. Поведение потребителей : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 345 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ISBN 978-5-16-015021-5. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1933143>
2. Поведение потребителей : учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. - 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1853536>

б) дополнительная литература:

1. Агаларова, Е. Г. Исследование поведения потребителей : учебник / Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова. — Ставрополь : СтГАУ, 2020. — 153 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/245852>
2. Быкова, А. В. Поведение потребителей : учебное пособие / А. В. Быкова, Л. И. Овчинникова. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 69 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167598>
3. Хан, Р. С. Поведение потребителей: маркетинговая практика: практикум : учебное пособие / Р. С. Хан, А. А. Федосенко. — Ростов-на-Дону : Донской ГТУ, 2021. — 71 с. — ISBN 978-5-7890-1910-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/237947>
4. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/beode/514432>

в) учебно-методическая литература:

1. Гончарова Н. В. Поведение потребителей : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 383 КБ). - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8157>


Согласовано:

Главный библиотекарь
Должность сотрудника научной библиотеки

Шевякова И.Н.
ФИО

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
Система «Антиплагиат.ВУЗ»
Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.


4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Mega-PRO / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В. /  / 19.05.2023
Должность, подпись, Инициалы, Фамилия, дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

12. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



Доцент Гончарова Н.В.